ABSTRAK

Pengaruh Website Media Sosial Dan Digital Payment Terhadap Optimalisasi Penghimpunan Dana Zakat Infak Dan Sedekah. (Penelitian Di Baznas Provinsi Jawa Barat)

Kesenjangan antara potensi dan realisasi penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) masih menjadi tantangan di Indonesia, termasuk Jawa Barat. Data Puskas Badan Amil Zakat Nasional menunjukkan potensi zakat nasional mencapai Rp 327 triliun, namun realisasinya pada 2024 hanya Rp 26,13 triliun. Di Jawa Barat, capaian zakat mengalami fluktuasi, dengan realisasi tertinggi 104,76% (2022), menurun menjadi 77,43% (2023). Hal ini menunjukkan potensi besar belum tergarap optimal, baik dari sisi strategi maupun partisipasi masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan website, media sosial, dan digital payment terhadap peningkatan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah di BAZNAS Provinsi Jawa Barat. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan literatur zakat digital dan filantropi Islam, serta memberikan rekomendasi kebijakan strategis bagi optimalisasi tata kelola zakat yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital di era modern.

Penelitian ini didasari oleh teori Maqashid Syariah dan Maslahah Mursalah yang menekankan pentingnya kemaslahatan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan zakat. Konsep zakat, infak, dan sedekah diposisikan sebagai instrumen ibadah dan distribusi kesejahteraan. Transformasi digital menjadi kerangka adaptasi lembaga zakat terhadap perkembangan teknologi. Teori website, media sosial, dan digital payment digunakan untuk menilai efektivitas platform digital dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS secara modern dan efisien.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif dan verifikatif, data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder dengan metode survei kepada 100 responden Masyarakat Jawa Barat yang sudah berzakat di BAZNAS Provinsi Jawa Barat. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan alat analisis SPSS versi 26.0, dengan variabel bebas website, media sosial, dan digital payment, serta variabel terikat optimalisasi penghimpunan dana ZIS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa website, media sosial dan digital payment terbukti memiliki pengaruh terhadap optimalisasi penghimpunan dana ZIS. Digital payment memberikan kontribusi paling tinggi sebesar 68,5%, diikuti website 64,9%, dan media sosial 61,8%. Secara simultan, ketiga variabel memberikan kontribusi sebesar 52,2% terhadap optimalisasi peningkatan penghimpunan ZIS.

ABSTRACT

The Impact Of Website Social Media And Digital Payments On Increasing The Collection Of Zakat Infaq And Shadaqah.

The gap between the potential and actual collection of zakat, infaq, and sadaqah (ZIS) remains a significant challenge in Indonesia, including West Java. According to data from the Center for Strategic Studies of the National Zakat Agency (Puskas BAZNAS), the national zakat potential reaches IDR 327 trillion, yet the realization in 2024 only amounted to IDR 26.13 trillion. In West Java, zakat collection has fluctuated, with the highest realization reaching 104.76% in 2022, but dropping to 77.43% in 2023. This indicates that a large potential remains untapped, both in terms of strategy and public participation.

This study aims to analyze the influence of website usage, social media, and digital payment systems on the enhancement of zakat, infaq, and sadaqah fundraising at BAZNAS of West Java Province. The research is expected to contribute academically to the development of literature on digital zakat and Islamic philanthropy, as well as provide strategic policy recommendations for optimizing zakat governance that is adaptive to technological advancements in the digital era.

The study is grounded in the theories of Maqashid Sharia and Maslahah Mursalah, which emphasize the importance of public welfare in all aspects of life, including the use of technology in zakat management. Zakat, infaq, and sadaqah are positioned as instruments of worship and wealth distribution. Digital transformation serves as a framework for zakat institutions to adapt to technological developments. Theories related to websites, social media, and digital payments are used to assess the effectiveness of digital platforms in enhancing modern and efficient ZIS fundraising.

This research employs a quantitative approach using descriptive and verificative methods, with primary and secondary data collected through a survey of 100 respondents from West Java who have paid zakat through BAZNAS West Java. The analysis technique used is multiple linear regression with SPSS version 26.0, involving independent variables (website, social media, digital payment) and a dependent variable (optimization of ZIS fundraising).

The findings show that websites, social media, and digital payment systems significantly influence the optimization of ZIS fundraising. Digital payments contribute the most (68.5%), followed by websites (64.9%) and social media (61.8%). Collectively, the three variables contribute 52.2% to the optimization of ZIS fundraising efforts.

ملخص

تأثير مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي والمدفوعات الرقمية في زيادة تحصيل أموال الزكاة والانفاق والصدقات (الدراسة في مؤسسة الزكاة الوطنية جاوة الغربية)

لا تزال الفجوة بين الامكانيات والواقع في جمع أموال الزكاة والانفاق والصدقات تمثل تحدياً كبيراً في إندونيسيا، بما في ذلك في محافظة جاوة الغربية. ووفقاً لبيانات مركز الدراسات الاستراتيجية التابع للهيئة الوطنية للزكاة، فإن إمكانيات الزكاة الوطنية تصل إلى ٣٢٧ تريليون روبية، بينما بلغت التحقق في عام ٢٠٢٤ فقط ٢٦,١٣ تريليون روبية. وفي جاوة الغربية، شهد جمع الزكاة تقلباً، حيث بلغت أعلى نسبة تحقق ١٠٤,٧٦ في عام ٢٠٢٤، لكنها انخفضت إلى ٧٧,٤٣٪ في عام ٢٠٢٤. ويشير ذلك إلى أن الامكانيات الكبيرة لم تُستغل بشكل أمثل، سواء من ناحية الاستراتيجية أو مشاركة المجتمع. يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير استخدام المواقع الإلكترونية، ووسائل التواصل الاجتماعي، وأنظمة الدفع الرقمي على زيادة جمع أموال الزكاة والانفاق والصدقات في الهيئة الوطنية للزكاة بمحافظة جاوة الغربية. ويتوقع أن يسهم هذا البحث في إثراء الأدبيات العلمية حول الزكاة الرقمية والعمل الخيري الاسلامي، بالإضافة إلى تقديم توصيات استراتيجية لتحسين إدارة الزكاة بما يتوافق مع تطور التكنولوجيا في العصر الرقمي.

يعتمد هذا البحث على نظرية مقاصد الشريعة والمصلحة المرسله التي تؤكد على أهمية تحقيق المصلحة في جميع مناحي الحياة، بما في ذلك استخدام التكنولوجيا في إدارة الزكاة. وتعد الزكاة والانفاق والصدقة وسائل للعبادة وتوزيع الثروة، كما أن التحول الرقمي يُعد إطاراً لتكثيف مؤسسات الزكاة مع التقدم التكنولوجي. وتستخدم نظريات المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي والدفع الرقمي لتقييم فعالية المنصات الرقمية في تعزيز جمع أموال الزكاة بشكل حديث وفعال.

اعتمدت هذه الدراسة المنهج الكمي باستخدام أسلوبيين وصفي وتحقيقي، واستخدمت بيانات أولية وثانوية من خلال استبيان شمل ١٠٠ من سكان جاوة الغربية الذين أدوا الزكاة عبر الهيئة الوطنية للزكاة بالمحافظة. وتم استخدام التحليل الاحصائي للانحدار الخطي المتعدد باستخدام برنامج SPSS الإصدار ٢٥، حيث كانت المتغيرات المستقلة هي: الموقع الإلكتروني، ووسائل التواصل الاجتماعي، والدفع الرقمي، بينما المتغير التابع هو تحسين جمع أموال الزكاة. وأظهرت نتائج البحث أن كلاً من الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي والدفع الرقمي لها تأثير واضح على تحسين جمع أموال الزكاة، وكان الدفع الرقمي هو الأكثر تأثيراً بنسبة ٦٨,٥، يليه الموقع الإلكتروني بنسبة ٦٤,٩، ثم وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة ٦١,٨٪. وبشكل جماعي، ساهمت هذه العوامل الثلاثة بنسبة ٥٢,٢ في تحسين جمع أموال الزكاة والانفاق والصدقات.